



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH MEDIA IKLAN DAN
PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN POLIS ASURANSI JIWA
(Studi Kasus PT.Prudential Life Assurance)**

TESIS

Oleh :

Sri Setiawati

55110110078

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAGEMENT**

2013

| | |
|-------------------------|-----------------|
| Yayasan Mercu Buana | |
| UNIVERSITAS MERCU BUANA | |
| Fakultas Manajemen | |
| Sumber : | Sumbangan |
| Tanggal : | 09 Juli 2013 |
| No. Reg. : | 1. T12131109 |
| | 2. TM/51/13/117 |





MERCU BUANA

**PENGARUH MEDIA IKLAN DAN
PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN POLIS ASURANSI JIWA
(Studi Kasus PT.Prudential Life Assurance)**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Prascasarjana Program Magister Manajemen**

Oleh :

Sri Setiawati

55110110078

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAGEMENT**

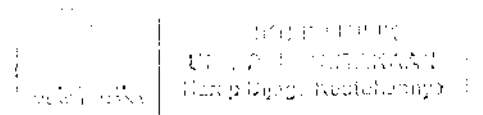
2013



ABSTRACT

This study aims to analyze and reveal the influence of media advertising and Personal Selling Buying Decision Against Life Insurance policy (Case Study at PT Prudential Life Assurance). The research methodology used is quantitative research using the survey method through the provision of a questionnaire. There are two variables that are used are the independent variables and the dependent variable. Media Advertising and Personal Selling as independent variables and the dependent variable Purchasing Decisions. To test the effect variables, researchers used multiple linear regression method, Test E and Test F. According to the results obtained by the Media and Personal Selling advertising influence purchase decisions PT life insurance policy. Prudential Life Assurance. In accordance with expectations, that there is influence between Media Advertising and Personal Selling on purchase decisions. Of the two independent variables that most influence the purchase decision is a Personal Selling.

Keywords: Media advertising, Personal Selling, Buying Decision



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengungkap pengaruh Media iklan dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Polis asuransi Jiwa (Studi kasus di PT Prudential Life Assurance). Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei melalui pemberian kuesioner. Ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Media Iklan dan *Personal Selling* sebagai variabel bebas dan Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat. Untuk menguji variabel yang berpengaruh, peneliti menggunakan metode regresi linier berganda, Uji T dan Uji F. Menurut hasil yang diperoleh Media iklan dan *Personal Selling* berpengaruh terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa PT. Prudential Life Assurance. Sesuai dengan yang diperkirakan, bahwa ada pengaruh antara Media Iklan dan *Personal Selling* terhadap keputusan pembelian. Dari dua variabel bebas tersebut yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah *Personal Selling*.

Kata Kunci : Media iklan, *Personal Selling*, Keputusan Pembelian

PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Media Iklan dan *Personal Selling*
terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi
Jiwa (Studi Kasus PT. Prudential Life Assurance)

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Sri Setiawati

NIM : 55110110078

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Mengesahkan:

Ketua Program Studi

Direktur Program Pascasarjana

Magister Manajemen,



Dr. Augustina Kurniasib, ME.

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing II,



Dr. Ir. Alugoro Mulyowahyudi, M.Sc.



Drs. Wawan Purwanto, SE, ME.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar --
benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh Media Iklan dan *Personal Selling*
terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi
Jiwa (Studi Kasus PT. Prudential Life
Assurance)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : SRI SETIAWATI

NIM : 55110110078

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Maret 2013

Merupakan hasil studi pustaka, survey dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di Perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Maret 2013



Sri Setiawati

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah Yang Maha Esa atas anugerah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya akhir ini. Karya akhir yang mengikat judul "*Pengaruh Media Iklan dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Jiwa studi kasus PT. Prudential Life Assurance*" merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada jurusan *Manajemen Pemasaran*, Program Studi Pasca Sarjana Strata 2, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Dalam kesempatan ini pula, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas segala bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang turut serta berperan selama proses penyusunan karya akhir ini, terutama kepada :

1. Dr.Ir.Alugoro Mulyowahyudi,M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Utama Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang tanpa henti dan lelah telah member bimbingan dan arahan serta saran-saran yang sangat bermanfaat untuk tesis penulis.
2. Drs. Wawan Purwanto, SE,ME. Selaku Dosen Pembimbing Kedua Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah membimbing dan member arahan serta saran-saran perbaikan.
3. Komisi penguji Tesis dan seluruh Dosen serta staff Program Magister Manajemen Universitas Mercubuana Jakarat.
4. Suamiku tercinta Nur Khairulloh dan kedua orang tua serta mertua atas cinta dan dorongan yang tiada berkesudahan dalam penyelesaian karya akhir ini.
5. Segenap pimpinan, dosen dan staf administrasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bantuan, baik moril ataupun spiritual demi terselesaikan penulisan karya akhir ini.

6. Teman-teman di program Magister Manajemen Angkatan XVI, Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan informasi, ilmu serta dukungan moral sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan karya akhir ini.

Akhirnya, Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan karya akhir ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam karya akhir ini yang diakibatkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karenanya, Penulis dengan kerendahan hati menerima segala saran dan masukan yang baik dan membangun. Semoga karya akhir ini berguna bagi semua pihak.

Jakarta, Maret 2013

Sri Setiawati



Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------|-------------|
| ABSTRACK | i |
| ABSTRAK | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--------------------------------|----|
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 9 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 10 |

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

| | |
|---|----|
| 2.1 Deskripsi Sejarah Perusahaan | 12 |
| 2.1.1 Prudential Indonesia | 12 |
| 2.2 Visi dan Misi Perusahaan | 14 |
| 2.2.1 Visi Perusahaan Prudential Asia | 14 |
| 2.2.2 Misi | 14 |
| 2.2.3 Slogan | 16 |
| 2.3 Produk-Produk PT. Prudential Life Assurance | 16 |
| 2.4 Logo Prudential | 20 |
| 2.5 Sumber Daya Manusia | 21 |
| 2.5.1 <i>Strenght</i> (Kekuatan) | 21 |
| 2.5.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan) | 21 |
| 2.5.3 <i>Opportunities</i> (Peluang) | 22 |

| | | |
|---|--|----|
| 2.5.4 | <i>Threats</i> (Ancaman) | 22 |
| 2.6 | Struktur Organisasi | 23 |
| 2.7 | Tantangan Bisnis | 26 |
| 2.8 | Proses Bisnis | 27 |
| 2.8.1 | Premi | 29 |
| 2.8.2 | Tempat dan Lokasi Pelayanan | 30 |
| 2.8.3 | Promosi | 30 |
| BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | | |
| 3.1 | Pengertian Pemasaran | 34 |
| 3.2 | Pengertian Bauran Pemasaran | 35 |
| 3.3 | Promosi | 36 |
| 3.3.1 | Pengertian Promosi | 36 |
| 3.3.2 | Tujuan Promosi | 37 |
| 3.3.3 | <i>Promotion Mix</i> | 38 |
| 3.4 | Media Iklan | 40 |
| 3.4.1 | Pengertian Media Iklan | 40 |
| 3.4.2 | Tujuan Media Iklan | 42 |
| 3.4.3 | Fungsi Media Iklan | 44 |
| 3.4.4 | Jenis Media Iklan | 45 |
| 3.4.5 | Kelebihan dan Kekurangan Media Iklan | 46 |
| 3.4.6 | Aspek-aspek Media Iklan | 48 |
| 3.5 | <i>Personal Selling</i> | 49 |
| 3.5.1 | Pengertian <i>Personal Selling</i> | 49 |
| 3.5.2 | Tujuan <i>Personal Selling</i> | 50 |
| 3.5.3 | Ciri-ciri <i>Personal Selling</i> | 51 |
| 3.5.4 | Kelebihan dan kekurangan <i>Personal Selling</i> | 51 |
| 3.5.5 | Aspek-aspek <i>Personal Selling</i> | 53 |
| 3.6 | Pengertian dan karakteristik Jasa | 57 |
| 3.6.1 | Pengertian Pemasaran Jasa | 57 |
| 3.6.2 | Karakteristik Jasa | 59 |
| 3.7 | Keputusan Pembelian | 62 |

| | | |
|-------|---|----|
| 3.7.1 | Pengertian Keputusan Pembelian..... | 62 |
| 3.7.2 | Proses Keputusan Pembelian..... | 69 |
| 3.8 | Pengaruh Media iklan dan <i>Personal Selling</i> terhadap Keputusan Pembelian | 69 |
| 3.8.1 | Pengaruh Media Iklan terhadap Keputusan Pembelian..... | 69 |
| 3.8.2 | Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Keputusan Pembelian | 78 |
| 3.9 | Penelitian Terdahulu..... | 88 |
| 3.10 | Kerangka Pemikiran | 90 |

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

| | | |
|-------|---|-----|
| 4.1 | Objek, Tempat, dan Waktu Penelitian..... | 93 |
| 4.2 | Metode Penelitian | 93 |
| 4.2.1 | Jenis Penelitian..... | 93 |
| 4.2.2 | Populasi | 94 |
| 4.2.3 | Metode Pengambilan Sampel | 94 |
| 4.2.4 | Operasional Variabel | 96 |
| 4.3 | Sumber Data | 98 |
| 4.3.1 | Data Primer | 98 |
| 4.3.2 | Data Sekunder | 99 |
| 4.4 | Teknik Pengumpulan Data..... | 99 |
| 4.4.1 | Kuesioner | 99 |
| 4.4.2 | Dokumentasi | 99 |
| 4.4.3 | <i>Library Reasearch</i> | 100 |
| 4.5 | Skala Pengukuran Instrumen Penelitian | 100 |
| 4.6 | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 101 |
| 4.6.1 | Uji Validitas | 101 |
| 4.6.2 | Reliabilitas..... | 102 |
| 4.7 | Uji Asumsi Klasik | 103 |
| 4.7.1 | Uji Normalitas | 103 |
| 4.7.2 | Uji Multikolinieritas | 103 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 4.8 | Metode Analisis Data..... | 104 |
| 4.8.1 | Analisis Deskriptif Kuantitatif..... | 104 |
| 4.8.2 | Uji Regresi Linier Berganda | 104 |
| 4.8.3 | Koefisien Determinasi (R^2) | 105 |
| 4.8.4 | Uji F | 106 |
| 4.8.5 | Uji t | 107 |
| 4.8.6 | Pengujian Korelasi dimensi Variabel penelitian | 108 |

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

| | | |
|-------|--|-----|
| 5.1 | Karakteristik Responden | 109 |
| 5.1.1 | Jenis Kelamin Responden..... | 109 |
| 5.1.2 | Usia Responden | 110 |
| 5.1.3 | Pendidikan Responden | 111 |
| 5.1.4 | Pengeluaran perbulan responden | 112 |
| 5.2 | Analisis Deskriptif Kualitatif | 112 |
| 5.2.1 | Deskripsi Variabel Media Iklan (X_1) | 113 |
| 5.2.2 | Deskripsi Variabel Personal Selling (X_2) | 116 |
| 5.2.3 | Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) | 118 |
| 5.3 | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 120 |
| 5.3.1 | Uji Validitas Instrumen Penelitian | 120 |
| 5.3.2 | Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian..... | 122 |
| 5.3.3 | Uji Validitas Data Penelitian | 123 |
| 5.3.4 | Uji Reliabilitas Data Penelitian | 125 |
| 5.4 | Hasil Uji Asumsi Klasik | 125 |
| 5.4.1 | Uji Normalitas | 126 |
| 5.4.2 | Uji Multikolinieritas | 128 |
| 5.5 | Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda | 129 |
| 5.5.1 | Koefisien Determinasi (R^2) | 131 |
| 5.5.2 | Uji F..... | 131 |
| 5.6 | Uji T | 133 |
| 5.7 | Analisis Hubungan Antar Dimensi Pada Variabel Penelitian | 134 |

| | |
|--|-----|
| 5.7.1 Uji Matrik Korelasi Antar Dimensi Atribut Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi pada PT Prudential Life Assurance | 135 |
| 5.8 Pembahasan | 136 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 6.1 Kesimpulan | 138 |
| 6.2 Rekomendasi | 140 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Keterangan | Halaman |
|--------|--|---------|
| 2.1 | Logo Pt. Prudential Life Assurance | 20 |
| 2.2 | Proses Bisnis | 28 |
| 2.3 | Iklan Prudential Di Televisi. | 32 |
| 2.4 | Iklan Prudential Di Koran. | 32 |
| 2.5 | Iklan Prudential Di Koran | 33 |
| 2.6 | Website Prudential | 33 |
| 3.1 | Proses Keputusan Pembelian | 65 |
| 3.2 | Tahap Evaluasi Alternatif Dan Keputusan Pembelian. | 66 |
| 3.3 | Proses Keputusan Pembelian. | 68 |
| 3.4 | Model Penelitian | 90 |
| 5.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia. | 110 |
| 5.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 111 |
| 5.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan | 112 |
| 5.4 | Diagram Histogram Data Penelitian | 127 |
| 5.5 | Diagram Normal PP Data Penelitian | 128 |



DAFTAR TABEL

| Tabel | Keterangan | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1.1 | Jumlah Pertumbuhan Penduduk Di Indonesia Sesuss 2010..... | 2 |
| 1.2 | Presentase Pengguna Asuransi Di Negara Lain..... | 4 |
| 1.3 | Biaya Pemasaran Iklan Dan <i>Personal Selling</i> | 5 |
| 1.4 | Data Target dan Realisasi Jumlah Pemegang Polis PT. Prudential..... | 6 |
| 2.1 | Pengguna Asuransi..... | 26 |
| 2.2 | 10 Perusahaan Asuransi Jiwa Terbaik Di Indonesia (Q2) Tahun 2012..... | 27 |
| 2.3 | Program Training Pt. Prudential. | 31 |
| 3.1 | Kelebihan Dan Kekurangan Media Iklan..... | 47 |
| 3.2 | Model Prilaku Pembelian | 62 |
| 3.3 | Penelitian Terdahulu. | 88 |
| 4.1 | Operasional Variabel..... | 97 |
| 5.1 | Karkteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin. | 109 |
| 5.2 | Analisis Pernyataan Responden Terhadap Variable Media Iklan | 114 |
| 5.3 | Analisis Pernyataan Responden Terhadap Variabel Personal Selling | 117 |
| 5.4 | Analisis Pernyataan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian | 119 |
| 5.5 | Hasil Uji Validitas Instrument Penelitian | 120 |
| 5.6 | Hasil Uji Reliabilitas Instrument Penelitian | 123 |
| 5.7 | Hasil Validitas Data Penelitian | 123 |
| 5.8 | Hasil Uji Reliabilitas Data Penelitian | 125 |
| 5.9 | Hasil Uji Normalitas | 126 |
| 5.10 | Hasil Uji Multikolinieritas Penelitian | 129 |
| 5.11 | Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 129 |
| 5.12 | Matrik Korelasi Antar Variable | 134 |

| | | |
|------|--|-----|
| 5.13 | Hasil Analisis Hubungan Antar Dimensi Atribut Personal Selling Terhadap Keputusan Membeli Polis Asuransi PT. Prudential Life Assurance | 135 |
|------|--|-----|

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|----------------|
| Lampiran 1 : Kuesioner | 144 |
| Lampiran 2 : Hasil Kuesioner..... | 149 |
| Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian | 152 |
| Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian..... | 159 |
| Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Penelitian..... | 160 |
| Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas Penelitian..... | 167 |
| Lampiran 7 : Hasil Uji Klasik Regresi | 168 |
| Lampiran 8 : Hasil Uji Matrik Korelasi Antar Variabel..... | 170 |
| Lampiran 9 : Hasil Uji Matrik Korelasi Antar Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian..... | 171 |

